

# Diversificación y diferenciación de los destinos turísticos tradicionales a partir de la **valorización del patrimonio industrial**: retos y oportunidades para el turismo industrial en la Costa Blanca (España)

ROSARIO NAVALÓN GARCÍA \* [ r.navalon@ua.es ]

ELISA RICO CÁNOVAS \*\* [ elisa.rico@ua.es ]

**Resumen** | Situada a orillas del Mediterráneo, el área turística de la Costa Blanca constituye una de las regiones españolas de mayor peso turístico, a tenor de las variables de la oferta y demanda. Su imagen de destino, asociado fundamentalmente a los factores climáticos y litorales, presenta un marcado carácter inmobiliario-turístico, de ocupación extensiva e indiferenciada del territorio, que desde hace años comienza a mostrar los síntomas de estancamiento propios de los destinos turísticos maduros que, a partir de la teoría del ciclo de vida del producto turístico de Butler, indica el momento en que es preciso actuar con la introducción de diversas estrategias para evitar el declive y la pérdida de competitividad territorial.

Por su situación en el sureste peninsular, esta región se sitúa un eje de paso fundamental desde el interior peninsular hacia la costa mediterránea y ha sido territorio de tránsito litoral Norte – Sur a lo largo de la historia. Además, por la variedad natural de su territorio y el ingenio de sus gentes, cuenta con innumerables elementos patrimoniales histórico artísticos, fruto de una trayectoria plagada de acontecimientos, que le permite conservar cuantiosos elementos vinculados a la historia productiva de unos pueblos que han sabido aprovechar los recursos de la naturaleza para desarrollar industrias en muy diversos sectores y con muy interesantes resultados.

En el actual contexto turístico de máxima competitividad a todas las escalas, las nuevas tendencias de la demanda en cuanto a motivaciones y hábitos de consumo, sitúan en el primer plano de sus ventajas comparativas a los elementos patrimoniales que, en su condición de elementos que reflejan la identidad de los pueblos, propician la singularidad territorial y, por tanto, también la diferenciación de los destinos turísticos respecto a sus competidores. En este escenario parece más que oportuno reivindicar el protagonismo del patrimonio industrial como eje argumental a partir del cual generar nuevos productos turísticos que diversifiquen y complementen la actual estructura turística de los destinos.

\* **Doctora en Filosofía y Letras** (Geografía) por la Universidad de Alicante. **Profesora Titular** del Dpto. Análisis Geográfico Turístico y Geografía Física, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante (España).

\*\* **Diploma de Estudios Avanzados** (DEA) en el Programa de Antigüedad en la línea de investigación sobre *Nuevas tendencias en museología*. **Profesora Asociada** del Dpto. Análisis Geográfico Turístico y Geografía Física, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante (España).

No obstante, la oportunidad de llevar a cabo la valorización turística del patrimonio industrial, como materia prima para la creación de ofertas culturales que deriven en productos turísticos atractivos y viables, se convierte en un verdadero reto, cuando se analizan todas las variables que han de estar presentes en la configuración de un sistema turístico adecuado para que éstas lleguen a ser una realidad. Los recursos patrimoniales por sí mismos no pueden asimilarse a productos turísticos, y las estrategias a desarrollar implican la participación de muchos factores, internos y externos, del sistema turístico y del consenso de multitud de agentes en la creación de una oferta turística vinculada al patrimonio industrial. A lo largo de estas páginas, se pretende describir la situación actual que respecto al desarrollo del turismo industrial presenta el ámbito turístico de la Costa Blanca, como ejemplo de un diagnóstico común a muchos otros espacios turísticos consolidados. Analizar las potencialidades y presentar un diagnóstico de la situación a partir de una metodología participativa, es el arranque de esta aportación que concluye con una serie de propuestas de actuación que ofrecen las pautas de trabajo para lograr, en primer lugar la creación y después la viabilidad, de un producto de turismo industrial en la Costa Blanca alicantina.

**Palabras-claves** | Turismo industrial, Destinos turísticos consolidados, Patrimonio industrial, Industria viva.

**Abstract** | Situated in the Mediterranean seaboard, the tourist area of the Costa Blanca constitutes one of the Spanish regions of greater tourist weight, according to offer and demand variables. The destination image, associated fundamentally to climatic and coastal factors, presents a marked residential-tourist character of expansionary occupation of the territory, that for several years begins to show the symptoms of own stagnation of the mature tourist destinations that, from the theory of the Butler's life cycle of the tourist product, indicates the precise moment that it is necessary to act with the introduction of diverse strategies to avoid the decline and the loss of territorial competitiveness.

This region, due to its geographic location, its natural variety and its people creativity, has innumerable elements of the historical heritage, fruit of a full path of events, that allows it to conserve numerous elements related with the productive history of some villages that have been known, taking advantage of the resources of the nature to develop industries in diverse sectors and with interesting results.

In the current tourist context of maximum competitiveness in all scales, the new tendencies of the demand in the motivations and forms of consumption, situate in the first plane of comparative advantages the heritage elements that reflect the identity of the villages and, therefore, also the differentiation of the tourist destinations with regard to its competitors. In this stage, there seems to be the correct time to claim the leadership of industrial heritage and generate new tourist products that diversify and complement the current tourist structure of the destinations.

Nevertheless, the opportunity to carry out the tourist valorisation of the industrial heritage, like prime matter for the creation of attractive and viable cultural offers, turns into a true challenge, when they analyse all the variables that have to be present in the planning of a suitable tourist system so it can become a reality. The heritage resources, by itself, cannot be assimilated into tourist products, and the strategies to attain it involve the participation of a lot of factors of the tourist system and of the consensus of crowd of agents in the creation of a tourist offer linked to the industrial heritage.

Along these pages, we intend to describe the current situation with regard to the development of the industrial tourism in Costa Blanca, like an example of a common diagnostic to a lot of other tourist spaces consolidated. To analyse the potentialities and present a diagnostic of the situation from a participatory methodology, is the start of this contribution that concludes with a series of proposals of performance that offer the guidelines of work to attain, in the first place the creation and afterwards the feasibility, of a product of industrial tourism in the Alicante Costa Blanca.

**Keywords** | Industrial tourism, Consolidated tourist destinations, Industrial heritage, Alive industry.

## 1. Patrimonio, industria y renovación de destinos turísticos. La complementariedad como premisa de trabajo

El entorno turístico de la Costa Blanca abarca territorialmente el ámbito de toda la provincia de Alicante, incluyendo las áreas del interior productivo, agrícola e industrial, así como el tras país inmediato a un espacio litoral vinculado a una oferta marcadamente centrada en el producto sol y playa. Esta marca turística (Navalón y Rico, 2010), por tanto, lejos de referirse únicamente a un espacio de monoproducción turística vinculada a la costa, como su propio nombre indica, debería asociarse a un entorno natural diverso en cuanto a sus rasgos paisajísticos que, a lo largo de su historia, ha condicionado y generado espacios productivos también diferenciados e identidades locales y culturales notablemente marcadas, susceptibles de ser identificadas como elementos de complementariedad para los destinos litorales y potencial atracción turística diversificadora de la imagen estandarizada de la Costa Blanca, en las cambiantes coordenadas en que se desenvuelve la actividad.

Entre las dinámicas de cambio del sector es preciso referirse a los nuevos patrones de comportamiento de la demanda: desde los cambios motivacionales, que multiplican las opciones recreativas y, por tanto, también el número de elementos susceptibles de resultar atracción turística, hasta las nuevas formas de relación con los recursos y los agentes sociales vinculados al territorio, que implican un incremento en la búsqueda de interacción y participación con la comunidad. De este modo, el visitante o turista proveniente de las áreas urbanas o que se aloja en los espacios turísticos del sol y playa, solicita de la oferta recreativa que ofrezca autenticidad y aproveche los rasgos identitarios del lugar-destino, propiciando posibilidades de conexión, comprensión y participación de los modos de vida de la sociedad receptiva y de los productos y producciones vinculados a la idiosincrasia local.

Inmersa en estas tendencias de cambio de la demanda turístico-recreativa, tanto de la que ya está presente en los destinos turísticos consolidados que jalonan sus costas, como de los susceptibles visitantes procedentes de las áreas urbanas e industriales del interior regional o nacional, la Costa Blanca — como tantas otras áreas turísticas consolidadas —, se ha visto avocada a plantear y desarrollar estrategias de diversificación y diferenciación de la oferta turística con el fin de mantener la competitividad de sus destinos en un mercado global e incierto, empleando para ello tanto los recursos patrimoniales disponibles en los municipios costeros, como intentando incorporar los activos del espacio alejado, todavía de un modo incipiente y escasamente articulado.

Teniendo en cuenta lo expuesto sobre la transformación de los hábitos de consumo de ocio y recreación hacia una motivación cada vez más diversa y activa, adquiere especial relevancia la necesidad de que los destinos turísticos tradicionales inicien acciones que permitan la activación del rico patrimonio cultural e industrial, situado en las áreas litorales o en los municipios del interior que han de actuar como espacios de complementariedad para garantizar la competitividad de la actividad en términos territoriales y económicos. Toma fuerza así la idea de que apostar por la activación del patrimonio cultural como uno de los argumentos de diversificación y diferenciación es una de las mejores opciones desde el ámbito de la planificación del destino turístico para diseñar y ejecutar actuaciones encaminadas a la renovación del mismo (Navalón y Rico, 2012).

Diferenciar, diversificar la oferta, renovar la imagen del destino o incorporar áreas de complementariedad del territorio inmediato, son conceptos que hablan del dinamismo y capacidad de adaptación de la actividad turística y justifican la oportunidad de desarrollar el turismo industrial en el territorio alicantino en su doble vertiente de conocimiento del rico patrimonio cultural vinculado a la actividad productiva de estos municipios y el de visita a industrias vivas referido a la visita a establecimientos fabriles

en activo. En cualquier caso, el turismo industrial ofrece la posibilidad al visitante de conocer la singularidad de los lugares, comprender su presente y su pasado a través de la actividad productiva de sus gentes e incluso activar oportunidades de identificación del turista con el territorio que recorre (Zárate, 2008), aumentando la satisfacción de la experiencia turística, conectando con el concepto de turismo experiencial, en su sentido de encuentro con la cultura en su contexto geográfico, social y económico (Cuenca, 2010). En las nuevas motivaciones de la demanda hacia experiencias únicas que les aporten un mayor conocimiento, se encuentra la necesidad de aprender, de interesarse cada vez más por los procesos de producción. Este creciente interés por conocer la identidad del destino ofrece enormes posibilidades a la interpretación del patrimonio como instrumento de comunicación que ayuda a los responsables de la valorización turística del patrimonio industrial a introducir fórmulas de presentación y explicación del patrimonio, novedosas y creativas. La potenciación de la participación del visitante en los procesos de producción, sea de un modo activo o pasivo, añade un elemento cualitativo a la visita. El visitante deja de ser un individuo contemplativo y pasa a convertirse en el protagonista, obteniendo de ello la singularidad y excepcionalidad que busca en la compra del servicio turístico y que le proporciona satisfacción.

Pero, evidentemente la activación del patrimonio con fines turísticos, sea cual sea su naturaleza, conlleva riesgos en el medio natural y social en el que se insertan, pero algunos autores también destacan (Pardo, 2008) los beneficios derivados de la activación turística-recreativa del patrimonio industrial en la recuperación de los paisajes y usos tradicionales y de las construcciones abandonadas vinculadas a este patrimonio (Sabaté, 2004). No en vano, desde el punto de vista geográfico, debe entenderse que este patrimonio se halla vinculado de forma indisoluble al paisaje y que, por tanto, también éste debería conservarse y activarse de algún modo en la iniciativa turística pues juntos

conforman un todo que tiene significado y que hace posible la correcta interpretación de los procesos y secuencias productivas. Así pues, entendemos que la protección y activación de este patrimonio debería realizarse necesariamente de forma integrada con el medio en que se inserta (Benito, 1997, 2002; Álvarez, 2007; Pardo, 2006, 2008). Además, como bien comentan Fernández y Ramos (2005) la creación de rutas turísticas industriales propicia el desarrollo económico local por constituir en definitiva una nueva actividad económica, que no necesita de grandes inversiones sino que requiere un proceso de coordinación y comunicación entre los agentes públicos y privados para propiciar un alto grado de participación y beneficio social.

De entre los efectos positivos del turismo industrial destaca igualmente el hecho de que la creación de una actividad recreativa a partir de estos recursos pueda entenderse como factor dinamizador de las economías locales y agente diversificador de la estructura económica de determinadas áreas en declive (Edwards y Llurdés, 1996; Fernández y Guzmán, 2004); pero sobre todo, entre otras posibles repercusiones, destaca el hecho de que pueda propiciar la recuperación de las arquitecturas fabriles en desuso, en muchas ocasiones en este entorno, seriamente amenazadas para su uso como espacios de interpretación de la actividad productiva del pasado, o como contenedores de nuevas funciones en las que escenificar los usos pasados u otros contemporáneos, mostrando la continuidad entre la tradición y la innovación (Pardo, 2008).

## 2. Patrimonio industrial e industria viva en la provincia de Alicante

El patrimonio industrial comparte muchos de los problemas del patrimonio histórico en su conjunto (desprotección, mal estado de conservación, inaccesibilidad, por ejemplo), y este hecho se acentúa en un entorno económicamente marcado por un

carácter turístico como ocurre en el espacio litoral de la Costa Blanca o por los modernos usos industriales del interior provincial. A estos problemas se le unen además algunos que le son propios (Pardo, 2008); uno de ellos es precisamente su “relativa juventud”, al tratarse de un patrimonio relativamente reciente que propicia que la concienciación social sobre él, – la atribución de un valor –, sea reducida a pesar de que la comunidad debiera sentirse más identificada con esta etapa histórica que se encuentra más cercana al presente. Esta falta de sensibilización ha dado lugar, como en otros ejemplos del patrimonio histórico, a la pérdida y desaparición de elementos representativos del patrimonio industrial. Tal y como se argumentaba previamente, en este momento, la existencia de patrimonio industrial en un área supone la singularidad de un territorio que es resultado de procesos económico-sociales que no tuvieron lugar de igual modo en todas partes y con la misma intensidad, y por tanto, también supone la presencia de un potencial argumento diferenciador respecto a sus competidores.

Parece evidente que el turismo industrial ofrece a los destinos una oportunidad para la renovación y singularización turística a partir de la activación y dinamización del rico patrimonio industrial que, a lo largo de la historia, ha dejado sus huellas en los diferentes ejes industriales de Alicante, cuya distribución territorial por toda la geografía provincial y variedad productiva (fundamentalmente de elementos de uso cotidiano y productos agroalimentarios) proporcionan una ventaja comparativa difícil de igualar en otros espacios.

Los vestigios de la temprana industrialización en Alicante, coetánea de la catalana en el siglo XIX, y relacionada con la producción papelera o

textil, se hallan vinculados a ingenios hidráulicos que proporcionaban la energía necesaria, en el entorno de la comarca de l’Alcoià-Comtat y de la Sierra de Mariola, y se complementan con excelentes ejemplos de colonias agro-industriales, y magníficos conjuntos de antiguos y actuales enclaves de producción agroalimentaria relacionada con la pasa o el chocolate en las comarcas de la Marina y el Marquesat, o con la producción olivarera o vitivinícola de las comarcas interiores, a lo que se ha añadido el eje de la industria zapatera en torno al Vinalopó, o de la juguetera en la Foia de Castalla, entre muchos otros ejemplos. En todos estos casos la industria, relacionada con el paisaje y el territorio, con la memoria del trabajo y de los lugares en sus múltiples facetas, proporciona un argumento excepcional para la creación de productos de turismo industrial que proporcionen “experiencias de calidad” en la línea de lo sugerido en el Plan de Turismo español Horizonte 2020.

Así pues, en la provincia de Alicante existe un gran potencial para desarrollar productos turísticos ligados a la tradición industrial de diferentes localidades, en ocasiones todavía con una marcada dependencia económica. El territorio aún conserva un interesante patrimonio industrial, activo o fósil, y grupos sociales que ha trabajado de estas actividades industriales endógenas desarrolladas a partir de los recursos que el territorio les ofrecía, sin embargo existe poca conexión con la actividad recreativa y escasa iniciativas de activación, como comprobaremos a continuación.

Partiendo de la investigación de título Plan de Valorización del Patrimonio Cultural de la Costa Blanca<sup>1</sup>, se realizó una labor de identificación e inventariado de la oferta turística industrial del ámbito provincial, para llegar a un diagnóstico previo que posteriormente se contrastaría con los agentes sociales implicados en el desarrollo de un posible producto de turismo industrial. Las páginas que siguen a continuación reflejan, de modo forzosamente escueto, la síntesis de fases de trabajo para llegar a una serie de posibles propuestas de acción.

<sup>1</sup> Se refiere al proyecto de investigación Plan de Valorización Turística del Patrimonio Cultural de la Costa Blanca: Costa Blanca Cultura, desarrollado por el Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante entre el año 2008 y 2010, por encargo del Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca. En la actualidad se encuentra pendiente la aprobación de la cuarta fase de trabajo, que activará la aplicación efectiva de las propuestas.

2.1. Balance de la potencialidad del turismo industrial en la provincia de Alicante

Analizar el potencial turístico del patrimonio industrial en un área tan diversa como la provincia de Alicante supone un esfuerzo notable dada la diversidad geográfica de este ámbito que, de un modo u otro, ha ido condicionando la acción de sus habitantes configurando una mosaico de poblaciones que aprovechando los recursos del medio han propiciado una interesante variedad de sectores productivos, que podríamos sintetizar citando las principales áreas<sup>2</sup> (figura 1).

Una de las áreas de industrialización representativas de la Costa Blanca es el enclave industrial de Alcoy, uno de los núcleos industriales más antiguos de la Comunidad Valenciana. El proceso industrializador se basó esencialmente en la actividad textil aunque existen otras actividades tradicionales como la metalurgia y el papel que continúan teniendo relativa importancia. Esta zona comprende además de la capital, los centros industriales de Cocentaina, Muro y Banyeres de Mariola. Por su parte, la

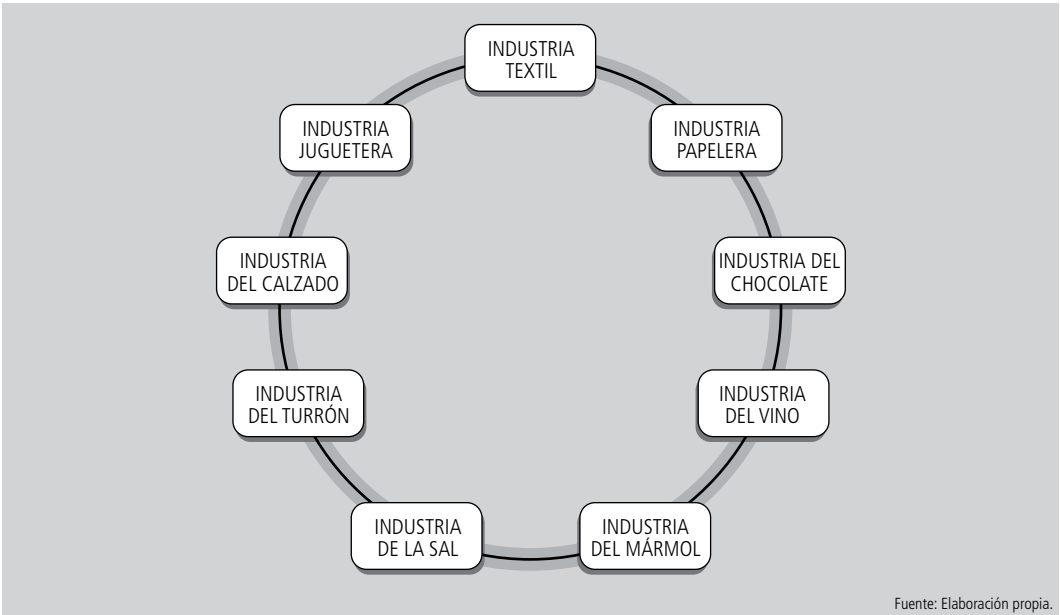
ciudad de Alcoy es sede además de una importante industria metalúrgica asociada precisamente a la producción de maquinaria para distintas actividades económicas.

Otra área importante de industrialización en la provincia de Alicante es el municipio de Banyeres de Mariola, lugar importante en la fabricación de papel. Fue el segundo centro productor de papel de fumar después de Alcoy llegando a concentrar catorce molinos papeleros durante principios del siglo XX. En 1997 se inauguró el Museu Valencià del Paper.

La región industrial juguetera por excelencia se encuentra en la Hoya de Castalla (subcomarca histórica del Alcoià) que se ha especializado en la fabricación de juguetes convirtiéndose en la mayor

<sup>2</sup> Para el inventariado del patrimonio industrial se consultaron las fuentes de la Dirección General de Patrimonio Cultural de la Conselleria de Cultura y los datos del programa Winsitur de la Conselleria de Turismo, a las que se unió el detenido trabajo de campo en cada área para identificar los actuales usos y los proyectos en marcha.

<sup>3</sup> No se ha desarrollado el potencial de turismo enológico por tratarse de un sector que ya ha iniciado su proceso de desarrollo en el marco de las Rutas del Vino a nivel nacional, por lo que su trayectoria es algo distinta al resto de producciones tratadas.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1 | Sectores productivos<sup>3</sup> con potencial de acción turístico-recreativa presentes en el ámbito de la Costa Blanca.

fuelle de ingresos de este territorio. Este alto nivel de concentración se refleja en que el 75% de los empleados de la Comunidad Valenciana en esta rama de actividad se concentra en dicha comarca y casi el 50% respecto a España. De los cuatro municipios que forman la Hoya, Ibi y Onil son los más industrializados. Castalla alterna la actividad juguetera con la agricultura mientras que Tibi depende casi exclusivamente de ésta última. El origen de la industria del juguete se remonta al XIX unida a otro tipo de actividad, la trajinería de textiles de Alcoy en un primer momento y luego con productos propios.

La arraigada actividad industrial de algunos municipios permite el desarrollo de productos turísticos relacionados con la producción textil, papelería y juguetera. Para ello se requieren actuaciones de recuperación e interpretación del patrimonio en las que deberían participar diferentes administraciones y agentes privados. Los museos existentes (Museo del Juguete en Ibi y Museo del Papel en Banyeres) como los que se están creando (Museo de la Muñeca en Onil), pueden actuar como elementos estructurantes de iniciativas turísticas de producto. Alcoy es el municipio que mayor concentración de elementos patrimoniales. Sin embargo hasta el momento, por diversas circunstancias, el conjunto de El Molinar -incluido en el Plan Nacional de Patrimonio Industrial- no ha sido objeto de un programa integral para la recuperación de este espacio. En este sentido, cabe mencionar el espacio museístico reservado al tema de la industrialización en el municipio en el Centro de Interpretación Turística explora, localizado precisamente en una antigua fábrica de tintes en el cauce del río Riquer.

La región industrial del Valle del Vinalopó es actualmente una de las comarcas industriales valencianas mejor definidas por su especialización productiva y el carácter policéntrico de su trama industrial y urbana. La fabricación de calzado es una de las actividades más tradicionales e importantes de la Comunidad Valenciana, a pesar de que

actualmente atraviesa un periodo de crisis al cual aún no han encontrado soluciones favorables. Existe una fuerte concentración espacial de las industrias del calzado y sus auxiliares como la marroquinería en el Valle del Vinalopó.

Dentro del mismo valle del Vinalopó a pesar de que en el más primitivo origen todos los focos de industrialización partieran de la producción artesanal de alpargatas, la evolución seguida por cada una de las áreas ha desembocado en una especialización productiva diferente. En principio destacan dos grandes centros zapateros como Elche y Elda-Petrer, especializados en actividades aparentemente similares pero muy independientes entre sí ya que Elche se ha especializado en calzado deportivo y Elda-Petrer en zapato de cuero de señoras y Villena en niños. Junto a estos centros en el mismo curso del río Vinalopó se localizan otras localidades industriales como Monóvar, Aspe, Novelda y Monforte que participan en gran medida de la actividad zapatera. En el caso de Elche encontramos diversas industrias que han creado museos-tienda dentro de sus propias instalaciones para la venta de calzado. Sin embargo, la modalidad de turismo industrial queda relegada a segundo plano debido a la importancia y al gran atractivo del patrimonio cultural del municipio.

Elda es uno de los municipios industriales más importantes de esta zona industrial donde se han llevado a cabo iniciativas locales para la creación de elementos relacionados con la industria tradicional del calzado como es el caso del Museo del Calzado además de la creación de la "ruta de *outlets*".

En el municipio de Pinoso se localiza una actividad industrial diferente centrada en la extracción y la transformación de piedra y de sal. La producción de calzado junto a la actividad mencionada anteriormente, constituyen las actividades industriales más tradicionales. Muy recientemente desde las Concejalías de Cultura y Juventud (con competencias en Montes) y Turismo pretenden potenciar la visita a las canteras de extracción de piedra, siendo una de las razones de esta decisión las pérdidas de ingresos

en la extracción de dicho material en el municipio. El proyecto denominado Cultura del Mármol tiene una proyección a largo plazo cuyo objetivo es añadir la visita a las canteras como un producto turístico que complemente a la oferta principal del municipio.

En Agost el principal sector económico del municipio es la industria de la alfarería. Fomentada con la presencia local de yacimientos de arcilla, a pesar de que tiene una tradición muy antigua, comenzó a destacar durante la segunda mitad del siglo XIX. El Museo de la Alfarería recoge la historia de esta actividad y ha iniciado proyectos de difusión a través de recorridos guiados, talleres de alfarería y visitas a las fábricas actuales.

Por su parte el municipio de Jijona se caracteriza por la actividad industrial de la fabricación de turrónes y helados que ocupa a más de la mitad de la población activa, una producción caracterizada por su estacionalidad y complementariedad. La fabricación de turrón es la industria más importante, fundamentada en el uso de una receta tradicional y de los recursos endógenos. El helado es una actividad derivada de los antiguos usos del hielo practicado en los neveros localizados en las cercanas Sierra de Mariola y Aitana. La crisis ha afectado por igual a las empresas de turrón como a las de helado provocando una reestructuración y la entrada de capital foráneo que ha acabado por controlar ambos sectores. Desde la administración local se está realizando un Plan de Señalización-Interpretación del municipio para desviar flujos turísticos hacia el centro urbano municipal desde el Museo del Turrón, el recurso más visitado. Existe por tanto un interés por parte de los visitantes y del entorno social por la fabricación del turrón pero resulta imposible visitar otras empresas turróneras. En la creación de un producto de turismo industrial, sería necesario garantizar la accesibilidad a aquellos recursos industriales que quisieran participar en el producto turístico estableciendo horarios de apertura y organizando las visitas, el comportamiento de los visitantes, las medidas de higiene sin que ello perturbe el funcionamiento normal de la actividad.

En Denia la industria tradicional fue el juguete desde que en 1904 se instalara la primera fábrica dedicada a la producción de juguetes de hojalata litografiada. Años después, se crea una fábrica de juguetes de madera, producto que centralizará la producción juguetera en Denia a partir de 1950.

Villajoyosa destaca con la elaboración del chocolate, una actividad tradicional ligada al comercio con ultramar que arranca en la segunda mitad del siglo XIX. Actualmente es una actividad que sufre una cierta crisis pero constituye uno de los atractivos turísticos más importantes del municipio. El Museo del Chocolate ha configurado un interesante producto de turismo industrial en torno a la historia del chocolate. La administración pública local mantiene estrechas relaciones tanto con el Museo del Chocolate como con las empresas chocolateras que están abiertas al público (Valor y Clavileño) sobretodo mediante la organización de la Fiesta del Chocolate y en las Ferias de Turismo.

Las actividades relacionadas con la extracción de sal son tradicionales en los municipios de Torre Vieja y Santa Pola. En Torre Vieja se encuentra el Centro de Interpretación de la Industria Salinera además de elementos patrimoniales relacionados con la extracción y transporte de la sal como El Acequión. Desde la administración pública local se está promoviendo la inclusión del patrimonio industrial en las rutas turísticas del municipio. Desde hace unos meses, el visitante puede realizar la Ruta Salinera utilizando el libro de rutas turísticas del municipio cuya información se ve complementada por la narración en varios idiomas en una audioguía. Dado el interés que despierta la producción salinera, en la actualidad se está tratando de llegar a un acuerdo con la empresa explotadora de las salinas (Salins du Midi) para incluir la visita a la Fábrica de la Sal a través del tren turístico. En Santa Pola el Museo de la Sal otorga atractivo y potencial al producto de turismo industrial. El museo se encuentra dentro del Parque Natural de las Salinas de Santa Pola y guarda escasa relación con el contexto turístico del municipio.



En este análisis sobre el potencial turístico del patrimonio industrial en la Costa Blanca cabe mencionar el caso de la producción de especias en el municipio de Novelda, actividad que va asociada a la arquitectura modernista como muestra patrimonial de la importancia económica de dicha actividad a principios de siglo XX. El origen de la actividad se encuentra en el comercio del azafrán procedente de La Mancha que se exportaba hasta Extremo Oriente. Una de las empresas más implicadas en la difusión de la producción y envasado de especias es Carmencita, una empresa de origen familiar que ha conseguido adaptarse a las exigencias del mercado y diversificar la cartera de productos.

Tras esta síntesis puede observarse que existe un elevado potencial de patrimonio industrial en la provincia y que las iniciativas desarrolladas por algunos municipios y empresas de la Costa Blanca suponen una ventaja en el momento de crear un producto turístico basado en el patrimonio industrial. No obstante, también se ha reflejado que en no pocas ocasiones la calidad de los recursos no viene acompañada de acciones efectivas capaces de generar atracción de un público turístico.

Partiendo de estos datos se ha elaborado un cuadro síntesis (cuadro1) en el que se ha valorado la relevancia y el protagonismo del turismo industrial en los municipios tomando como base el grado de peculiaridad del patrimonio y de las iniciativas de turismo industrial existentes. La relevancia vendría asociada al grado de activación deseable, teniendo en cuenta la calidad e interés de los elementos del patrimonio industrial que, sin embargo, en algunos casos no corresponde con un grado de activación adecuado. El segundo aspecto valorado, por tanto, se refiere al protagonismo turístico que otorga el municipio al turismo industrial teniendo en cuenta las estrategias de desarrollo turístico ya existentes y el volumen de visitas actuales.

Puede observarse que en buena parte de los casos el índice de relevancia del patrimonio industrial es elevado y, sin embargo, éste no se proyecta en consonancia con iniciativas llevadas a cabo para la

**Cuadro 1 | Síntesis municipal de la importancia del turismo industrial y su uso turístico-recreativo**

MUNICIPIO	RELEVANCIA	PROTAGONISMO
Alcoy	Muy importante	Medio
Ibi	Muy importante	Medio
Banyeres	Muy importante	Medio
Elda	Muy importante	Medio
Villajoyosa	Muy importante	Medio
Onil	Importante	Bajo
Jijona	Importante	Medio
Santa Pola	Importante	Bajo
Torre Vieja	Importante	Bajo
Pinoso	Regular	Bajo
Agost	Regular	Bajo
Denia	Regular	Bajo

Fuente: Elaboración propia.

difusión y aprovechamiento turístico del patrimonio industrial. Así, los municipios más avanzados en la activación recreativa del patrimonio industrial en el ámbito de análisis serían Alcoy, Ibi, Banyeres, Elda y Villajoyosa, tanto por el potencial que detentan en cuanto a protagonismo dentro de la temática y la representatividad de los recursos patrimoniales, como por la presencia de iniciativas ya implantadas para la difusión de este patrimonio.

**3. Diagnóstico sobre el actual panorama del turismo industrial en la Costa Blanca**

Tal y como se viene exponiendo, el análisis de la situación actual ofrece una imagen dispar de potencialidades de elementos del patrimonio industrial y de industrias vivas por activar, junto a otros casos que ya han iniciado su andadura a partir de la dinamización del patrimonio industrial o de la activación recreativa de la industria en activo. La tarea de recopilación de datos, a través de fuentes directas e indirectas, se completó con la realización de una serie de mesas de trabajo en las que algunos de los agentes directamente implicados en la puesta

en valor de los posibles productos de turismo industrial ofrecieron su enfoque y su experiencia para mostrar desde su experiencia cuáles pueden ser las luces y sombras de este proceso<sup>4</sup>, lo que ayudó a completar un diagnóstico más ajustado de la situación.

Como fortalezas evidenciadas por todos los agentes entrevistados podrían citarse los siguientes aspectos:

- Contexto turístico maduro, con presencia de una demanda próxima y existencia de oferta turística en el entorno litoral de influencia, situado a pocos kilómetros de distancia y siempre en una isócrona inferior a una hora y media.
- En términos generales buenas condiciones de accesibilidad del territorio y rasgos climáticos que favorecen el turismo en cualquier época del año.
- Existencia de patrimonio industrial con gran atractivo y variedad temática adecuada para satisfacer las nuevas motivaciones de la demanda sensibles a un turismo experiencial.
- Identificación de la población local con el patrimonio industrial y con las actividades productivas que en estos espacios se desarrollaban, lo que incrementa el atractivo de la posible oferta cultural. Concienciación por parte de la población local de la importancia cultural e identitaria de las actividades productivas.
- Singularidad del patrimonio industrial existente que supone un atractivo turístico de interés: tanto por el patrimonio arqueológico industrial, como por las actividades industriales actuales.
- Existencia de iniciativas públicas y privadas interesantes que ya ofrecen resultados y que pueden actuar como ejemplos positivos de activación del turismo industrial.
- Posibilidad de creación de rutas y/o parques culturales en torno al patrimonio industrial en determinados enclaves de industrialización de la provincia a partir de ejes temáticos. Presencia de enclaves de industrialización temprana en el siglos XIX de enorme relevancia histórica y cultural.
- Existencia en la provincia de Alicante de una serie de museos de temática industrial sobre el papel, el juguete, el turrón, el chocolate, la alfarería, el calzado, la sal, entre otros, como equipamientos que pueden activar rutas y recorridos temáticos en torno al patrimonio arqueológico industrial y de las industrias vivas.

El apartado de debilidades ofrece un panorama de temas a tratar necesariamente si se pretende la posible activación del turismo industrial, cuyo desarrollo seguro coincide con el de otras áreas de la geografía española, de entre los que destacamos:

- La relativa modernidad del patrimonio generado y de los procesos a mostrar, propicia una insuficiente valoración social y de las administraciones turísticas del patrimonio industrial y de las visitas a industria viva, aunque con algunas excepciones.
- Estado de conservación de los elementos de arqueología industrial claramente mejorable por falta de interés o por inexistencia de recursos económicos para acometer las inversiones necesarias en la restauración y adecuación de las estructuras básicas que hagan posible la visita.
- Problemas de accesibilidad a determinados bienes del patrimonio industrial con inexistencia de horarios y calendario de apertura regular, disponible y pública; por varias causas, entre otras, por tratarse de elementos en su mayoría de propiedad privada.
- Falta de adecuación de las instalaciones para la visita del público, por mal estado de las estructuras construidas, por inadecuación del espacio productivo inicial para la visita recreativa siguiendo un itinerario lógico o, para el caso de industria activa, dificultad de tránsito en el espacio fabril sin entorpecer los procesos, o simplemente existencia de prohibición de presencia ajena a la industria de acuerdo con la normativa de seguridad.

<sup>4</sup> Participaron en las mesas representantes de los municipios de Alcoi, Jijona, Agost, Banyeres de Mariola, o Elda, entre otros y de los sectores del textil, papel, turrón, calzado, alfarería e industria agroalimentaria.

- En algunos de los elementos y museos existentes abiertos al público adaptación del discurso de la visita mejorable por ausencia de programas interpretativos adecuados que mejorasen la experiencia cultural y turística.
- Escasa experiencia de las iniciativas existentes en la gestión turística, que desaprovecha las posibles acciones coordinadas capaces de alargar la presencia de visitantes en el municipio con la consiguiente pérdida de oportunidades de generar riqueza en establecimientos y espacios asociados.
- Desconocimiento de los canales de promoción y comercialización específicos en turismo cultural y turismo de interior.
- El grado de colaboración entre la administración y los agentes privados es susceptible de mejora.

Si a todo ello se une el hecho de que se asocie la imagen de la Costa Blanca a un destino netamente litoral, y la escasa experiencia en general en el área en la gestión e impulso de productos de naturaleza culturales, estamos describiendo un escenario en el que se desaprovechan las potencialidades de diversificación de las bases económicas de estos municipios a partir del aprovechamiento turístico-recreativo, aún contando con una demanda turística ya presente en el contexto geográfico. Además se ignora el peligro de conservación de determinados ejemplos del patrimonio industrial si no se inicia un proceso serio de planificación para su gestión integral.

#### 4. Conclusiones y propuestas de acción

A la vista de las fortalezas y debilidades, es posible afirmar que existen elementos del patrimonio industrial en la Costa Blanca que muestran suficiente relevancia y significado para desarrollar un producto de turismo industrial. A pesar de los problemas evidentes de accesibilidad, recuperación y valorización, existen casos interesantes que suponen iniciativas novedosas en el uso recreativo del patrimonio indus-

trial. A ello se le añade la existencia de una oferta museística que ha liderado en determinados casos la difusión del patrimonio industrial en el ámbito local y que supone un centro de gestión destacado en la planificación del turismo industrial en la Costa Blanca por la experiencia acumulada en este tema. El patrimonio industrial, por tanto, posee un gran potencial para su desarrollo turístico en un momento en que existen iniciativas de diversificación turística de los destinos en otras comunidades que han registrado niveles de éxito destacables.

Parece evidente tras lo expuesto que las áreas de trabajo son muy variadas y los recursos económicos, en el actual contexto de crisis, muy limitados. Sin embargo, los agentes implicados en las mesas de trabajo, procedentes del propio sistema industrial, así como de la administración de cultura y de turismo, coincidieron en algunos temas clave para la acción que necesariamente pasan por la coordinación público-privada para hacer posible la activación turístico-recreativa del patrimonio industrial y del bagaje productivo de estos pueblos.

La asunción de un liderazgo por parte de una entidad pública de carácter supramunicipal podría generar sinergias para la mejor gestión y promoción de los aspectos necesarios del servicio. En este caso de trató claramente del potencial dinamizador del Patronato Provincial de turismo Costa Blanca como ente de promoción turística que podría coordinar una posible red de acciones particulares y municipales para la creación de “productos de turismo industrial tematizados” por áreas productivas, todos ellos interrelacionados entre sí y con otros productos turísticos de naturaleza cultural.

La figura que se creyó más apropiada sería la creación de un Club de Producto de Turismo Cultural que englobara como línea estratégica el Turismo Industrial. De este modo, esta entidad mixta de liderazgo público estaría en contacto constante con las industrias de naturaleza privada y con las administraciones municipales de quien dependen los museos y centros de visitantes para evitar la dispersión de acciones independientes que acaban generando

cansancio y frustración entre los emprendedores que actúan a menudo en solitario.

Se realizaría, asimismo una tarea conjunta de promoción exterior pero, sobre todo, de coordinación interna entre la oferta turística y cultural ya existente, entre asociaciones empresariales, administraciones y organismos implicados; y se encargaría de la elaboración de las directrices (estándares) que deberían cumplir los museos/empresas/recursos para participar en la propuesta en materia de accesibilidad, información ofrecida, comunicación interna y externa, profesionalidad en los servicios (titulación y estabilidad de la plantilla), horarios de apertura, seguridad y responsabilidad civil, o servicios sanitarios.

Finalmente actuaría en materia de supervisión de los estándares de calidad mínimas para la apertura al público garantizando una experiencia turística-recreativa satisfactoria, que impulse una imagen más diversificada del territorio alicantino y refuerce al mismo tiempo la diferenciación del destino a través del refuerzo de la identidad local.

## Bibliografía

- Álvarez, M., 2001, *Patrimonio industrial, identidad cultural y sostenibilidad. Arqueología industrial, patrimonio y turismo cultural*, Gijón, INCUNA, pp. 13-31.
- Álvarez, M., 2007, Turismo industrial y tecnoturismo, en "Los Otros turismos", *Revista Ábaco*, (57), pp. 23-41.
- Antón, S., 2004, De los procesos de diversificación y cualificación a los productos turísticos emergentes. Cambios y oportunidades en la dinámica reciente del turismo litoral, *Papeles de Economía Española*, (102), pp. 316-333.
- Benito, P., 1997, Dinamización del territorio y patrimonio industrial, *Polígonos*, (7), pp. 123-131.
- Benito, P., 2002, Patrimonio industrial y cultura del territorio, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (34), pp. 213-227.
- Buchanan, A., 1974, *Industrial Archaeology in Britain*, Hardmondsworth, Penguin Books.
- Casanelles, E., 1998, Recuperación y uso del patrimonio industrial, *Ábaco. Revista de Ciencias Sociales*, (19), pp. 11-18.
- Conselleria de Cultura, s.d., *Inventario de los Bienes Inmuebles Industriales de la Comunidad Valenciana*, [www.cult.gva.es].
- Conselleria de Turisme, 2008a, *Plan de Espacios Turísticos de la Comunitat Valenciana*, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas.
- Conselleria de Turisme, 2008b, *WINSITUR, Sistema de Información Turística de la Comunidad Valenciana*, Agencia Valenciana del Turismo, 2001, [www.comunitat-valenciana.com].
- Cuenca, M., 2010, *Turismo experiencial. Una aproximación al ocio*. Estudios de ocio. Universidad de Deusto.
- Edwards, J., y Llurdés, J., 1996, Mines and quarries: industrial heritage tourism, *Annals of Tourism Research*, (23), pp. 341-363.
- Fernández, G., y Guzmán, A., 2004, El patrimonio industrial como recurso para crear rutas turísticas: algunas propuestas en Argentina, *Cuaderno Virtual de Turismo*, pp. 57-68.
- Fernández, G., y Ramos, A., 2005, Patrimonio industrial y rutas turísticas culturales: algunas propuestas para Argentina, *Cuadernos de Turismo*, (15), pp. 97-112.
- Linarejos, M., Fernández-Posse, D., Humanes, A., y De La Mata, R., 2002, El Plan Nacional de Patrimonio Industrial, *Patrimonio Industrial: Lugares de la memoria, Colección Los Ojos de la Memoria*, (2), INCUNA, CICEES, Gijón.
- Llurdés, J., 1994, El turismo industrial y la estética de los paisajes en declive, *Estudios Turísticos*, (121), pp. 91-107.
- Llurdés, J., 1999, Patrimonio Industrial y Patrimonio de la Humanidad: el ejemplo de las Colonias textiles catalanas. Potencialidades turísticas y algunas reflexiones, *Boletín de la A.G.E.*, (28), pp. 147-160.
- Navalón, R., y Rico, E., 2010, *Estrategias de futuro para el destino tradicional de la Costa Blanca: el Plan de Valorización turística del patrimonio Cultural de la provincia de Alicante*, en XII Jornadas del Grupo de geografía del Turismo, ocio y recreación de la AGE, Madrid, (Inédito).
- Navalón, R., y Rico, E., 2012, Renovación de destinos litorales maduros a partir del patrimonio cultural: Plan Costa Blanca Cultura, en *Renovación y reestructuración de destinos turísticos consolidados del litoral*, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante, (En prensa).
- Pardo, C., 2006, Territorios de la industria, turismo industrial y desarrollo territorial, in Lacosta, A., (Coord.) *Turismo y cambio territorial: ¿eclosión, aceleración, desbordamiento?*, Pressas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza, pp. 243-253.
- Pardo, C., 2008, *Turismo y patrimonio industrial. Un análisis desde la perspectiva territorial*, Editorial Síntesis, Colección 'Gestión Turística', Madrid.
- Peñalver, M., 2002, La Arquitectura industrial: Patrimonio histórico y utilización como Recurso turístico, *Cuadernos de Turismo*, (10), pp. 155-166.
- Prentice, R., Witt, S., y Hamer, C., 1998, Tourism as Experience: the Case of Heritage Parks, *Annals of Tourism Research*, (25), pp. 1-24.
- Pretes, M., 1995, Postmodern Tourism. The Santa Claus Industry, *Annals of Tourism Research*, Vol. 22(1), pp. 1-15.
- Sabaté, J., 2004, De la preservación del patrimonio a la ordenación del paisaje, *Urbano*, (10), pp. 42-49.
- Vera, J., y Baños, C., 2010, Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (53), pp. 329-353.
- Zárate M., 2011, La visita de empresa, otra forma de hacer turismo, *Estudios Geográficos*, Vol. 72(270), pp. 291-321.
- Zárate, M., 2008, La visita de empresa, una forma de turismo de estilo de vida, en Sendra, J., y Lou, M., (Coords.) *Homenaje a Joaquín Bosque*, Real Sociedad Geográfica, Madrid, pp. 571-601.